

第三者意見

NTT西日本グループのCSRは、その活動を組織全体で実践し成果を確認していこうとする姿勢に特徴があります。これを推進するためにアクションプラン『CSR20』を策定し、今年度はこの『CSR20』の「さらなる定着」を目標と設定しました。

昨年度、本稿において私は『CSR20』を推進するにあたって、単にその活動内容や、考え方を記述するのではなく、PDCAを動かせるため具体的な指標などを公表してはどうかと提言いたしましたが、本年度のCSR報告書でNTT西日本グループは目標値の公表に踏み切っています。これは高い評価に値するものだと考えます。なぜなら、日本企業においては(環境対策の指標化を除き)網羅性を持って指標の公表に踏み切っている企業はまだ少数だからです。『CSR20』の指標自体はまだ荒削りで、一般の読者から見てわかりづらい点はあるかと思えます。そこで、この指標をブラッシュアップするために、この『CSR20』指標の達成状況について、外部の有識者を入れて「ステークホルダーミーティング」を実施してはいかかかと考えます。第三者の目線で課題を検討することは、より客観的で経営上も有益なアドバイスが得られますし、今後の『CSR20』の推進にプラスになるでしょう。

また、トップコミットメントで触れられているとおり、同社グループのICT機能を基盤としてライフラインを維持・確保し国民に安心安全を提供することが、NTT西日本グループの「顔の見えるCSR活動」と言えるでしょう。課題は、現場の営業に携わる方や、グループ企業の方々にといたるまで、こうした活動を誇りに感じて日々の業務の中に活かしていくことだと

思います。同社グループは今年度全社的に「ウィズカスタマー活動」を展開し、お客様への貢献を強力に進めています。こうした活動と前記の特徴的な活動を組み合わせ、お客様との会話の中でCSR活動が根付くように努力していただきたい。そのために全社員研修に取り組みされていますが、研修の中を見るとややコンプライアンスに軸が置かれすぎているようにも拝見できるので、これに加えて日々の業務にこうしたCSR活動を活かすにはどうすれば良いかと社員同士で議論する場を作っていくことが大事だと思います。このような実践型研修を通して社員個人が作成する「私のアクションプラン」の中身も肉厚になっていくことが期待できます。

最後に、昨年度の本稿でも指摘したことですが、取引先・パートナー企業に対する働きかけを能動的に行っていたと考えると、同社グループ全体では多くの資材購買があると思えますし、ITベンダーとの取引も広範にわたると考えます。何より同社グループは西日本地域のリーディングカンパニーであり、地域の取引業者に対しても模範となっていく必要があります。取引先に大いに働きかけ、日本のCSR活動の牽引車となっていくことを期待しています。

株式会社 クレイグ・コンサルティング
代表取締役

小河 光生氏

Profile

1987年 早稲田大学卒。
自動車関連メーカーを経て、1992年ピッツバーグ大学経営学修士(MBA)。
株式会社三和総合研究所、PwCコンサルティングを経て2004年から現職。
近著に「CSR 企業価値をどう高めるか」(日本経済新聞社)がある。
クレイグ・コンサルティング ホームページ <http://www.craig.co.jp>



第三者意見を受けて

2008年度のCSR報告書で、小河様にご提言いただいた『CSR20』の指標・数値目標と達成度の公表については、本報告書で2009年度の目標を開示し、次年度にその達成度を報告することにしました(P9・10参照)。さらに、今後は、第三者の方々の意見を伺う場を設けるなど、より一層、CSR活動を進化させていくとともに、引き続き、コンプライアンスを

徹底し、社員一人ひとりが誇りと自覚を持って、安心・安全かつ持続可能な社会の実現に貢献できる企業グループをめざしてまいります。最後に、今後の参考のため、本報告書に対する皆様からの忌憚のないご意見を頂戴できれば幸いです。

西日本電信電話株式会社
総務部 CSR推進室